



:E.03:

Stadtentwicklung, Stadtplanung,
Architektur, Baukultur, Gestaltungs-
beirat, Stadtansichten, Stadtbild,
Stadtsilhouette Stadtentwicklung

L-R: Leben bis Rekonstruktion

Literatur-Nachweise A-Z und Zitate

Leben, Lebensqualität in der Stadt (nicht unbedingt nur „Altstadt“)

→ :E.04: Wohnen in der Altstadt, Zit.

→ :N.00: Lebensqualität

(→ :O.01: Lebens- und Wirtschaftsraum, Zit.)

- HL rutscht ab

LN 29.9.1995

- 1 ...Das Leben in der Stadt hat für die jüngere Generation längst wieder an Zugkraft gewonnen. Und zwar nicht nur, weil der Aufenthalt im Grünen heute nicht mehr ganz so beschaulich ist, wie der Werbefrospekt einst versprach [...], sondern insbesondere deshalb, weil städtische Lebenskultur wieder gefragt ist. Unterstützt wird diese Entwicklung durch die inzwischen auch politisch verbreitete Auffassung, dass die Innenstädte wieder zu neuem Leben erweckt werden müssen. Es hilft dabei unter anderem auch die Erfahrung der vergangenen Jahrzehnte, dass so etwas durch Geschäfte an Fußgängerzonen allein nicht zu bewerkstelligen ist....
Architekt Lambert Rosenbusch, LN 1.1.2000
2. ...Eine Orientierung der Bewohner auf die Innenstadtbereiche ist ökonomisch von Bedeutung, weil eine bessere Ausnutzung vorhandener technischer Infrastruktureinrichtungen kostengünstig ist und die traditionellen Betriebe des Handels, Gastgewerbes, Handwerks u. a. eine gute Chance haben, wirtschaftlich zu bestehen. Sie hat auch soziale Bedeutung, weil der Anreiz geboten wird, menschliche Bindungen aufzubauen und intensiver zu gestalten. Sie ist darüber hinaus aus ökologischer Sicht wünschenswert, weil weniger Freiflächen für den Neu- oder Ersatzwohnungsbau in Anspruch genommen werden müssen.
Die räumlich weitmaschige Verteilung der Wohnstandorte erzeugt eine fortschreitende Dispersion und schwächt vorhandene Siedlungskerne durch eine zunehmende funktionale und soziale Segregation erheblich. Höhere Mobilitätsanforderungen, die sich vor allem in einer Zunahme des Individualverkehrs zeigen, belasten durch Flächeninanspruchnahme und Emissionen unseren Lebensraum.[...].
Deutsche Akademie 4
3. Der Traum vom ‚Häuschen im Grünen‘ „ist ein Reflex darauf, dass die Städte weniger lebenswert sind. Was diese bieten, sind Dichte und Aktivität. Was sie nicht bieten, sind Ruhe, Grün, Bereiche in denen Kinder spielen können.
Unsere Städte müssen lebenswerter und wohnlicher gemacht werden. Und dann sind die Bedürfnisse auch in einer Stadt zu verwirklichen. Die Unterstellung, alle wollten hinaus ins Eigenheim, überzeichnet die Realität. Wenn man keine ruhige, schöne Wohnung finden kann, gerät man zwangsläufig in den Vorort oder auf die grüne Wiese. Aber man kann auch sehr kompakt wohnen und trotzdem einen verkehrsgeschützten und grünen Bereich vor der Haustür haben – die Niederländer haben uns das vorgemacht. es ist schon viel gewonnen, wenn man es schafft, den tosenden Verkehr zu reduzieren oder aus den Wohnquartieren zu verbannen.“
Rudolf Petersen, Leiter der Abteilung
Verkehr im Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie in Die Zeit 8.6.2000
4. „...Die Lebensqualität einer Großstadt ist auch dann gefährdet, wenn das Stadtzentrum aus Gründen der Bezahlbarkeit, der baulichen Qualität oder eines desolaten Umfeldes immer weniger Leuten als sicherer Wohnort erscheint. Es ist nicht zuletzt Aufgabe der Stadtentwicklungspolitik, die Innenstadt auch in Zukunft als Wohnadresse zu erhalten. [...].
Cornelia Dörris in „Foyer“ April 2000, Seite 36

5. „...die zentrale Lage kann für viele die Beeinträchtigung durch Lärm, Schmutz, Autoverkehr und kinderunfreundliche Defizite wie zu wenig Grünflächen nicht aufwiegen. Die allgemeine Unsicherheit über die zukünftige Entwicklung der Preise für das Wohnen im Stadtzentrum tut ein Übriges. Die Ultima ratio sehen gerade Familien mit Kindern nach wie vor darin, sich dem ‚Treck nach Suburbia‘ anzuschließen. [...]“
Cornelia Dörris in „Foyer“ April 2000, Seite 36
6. „Die SPD-Fraktion fordert die Einberufung einer Projektgruppe, die Wege finden soll, wie Lübeck als Wohnstadt wieder attraktiver gemacht werden kann. [...]“
LN 2.7.2000
7. „...Stoppt die Verödung der City schafft wieder Wohnungen. Das ist auch ökologisch sinnvoller, weil die Menschen dann nicht mehr so weit zur Arbeit fahren müssen. [...]. Wenn die Hansestadt im Puls der Zeit schlagen will, braucht sie auch ein Herz, das lebt!“
BILD Hamburg 4.4.2001
8. „...Ich bin gern in die Altstadt gezogen, die nicht zu einem unbewohnten Kaufhaus degeneriert ist, wie so viele andere Städte, sondern in vielen Teilen hohe Lebensqualität zu bieten hat.[...].Und hätte Lübeck nicht eine so wunderbare Altstadt, würde ich sofort wegziehen! [...]“
Dr. Hans-Jürgen Hübner, LN Leserbrief 11.10.2001
9. Jeder vierte Bürger in deutschen Metropolen will auf lange Sicht nichts mehr von der Stadt wissen und in 20 Jahren auf dem Lande leben. Die Lebensqualität für Familien in der Stadt empfinden nur 24 Prozent der Teilnehmer einer Umfrage als positiv.
...was können Stadt- und Verkehrsplaner den Bürgern für die Zukunft bieten? Emnid befragte dazu im Auftrag der Deutschen Renault insgesamt 1500 Personen im Alter von 18 bis 39 Jahren. Ihre Wohnorte: Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln, Leipzig, München.
Die mangelhafte Lebensqualität in den Metropolen zeigt sich nicht nur die hohe Zahl der ‚Stadtflüchtlinge‘. Auch wer heute schon fern der City – etwa in städtischen Außenbezirken – lebt, sieht in der Mehrzahl (58 Prozent) keinen Grund, diesen Standort aufzugeben.
Die meist genannten Anreize für den Verbleib in der Innenstadt waren schöne Plätze (85 Prozent) sowie die Schaffung von mehr Grün und Parks (80). Das Leben würde hier für 74 Prozent attraktiv, wenn es bessere Lösungen für den Autoverkehr gäbe. [...]“
Frankfurter Rundschau 8.10.2002
10. „...Lübeck ist eine Stadt mit Lebensqualität, Hansestadt, Weltkulturerbe, Bildungsstandort, die Stadt Thomas Manns – das sind nur einige Pfunde, mit denen Lübeck wuchern kann. Daraus resultieren unterschiedliche Erwartungen der Zielgruppen, an die sich unsere Werbung richtet. Alle sollten sich darüber bewußt sein, dies erkennen und gemeinsam strategisch damit umgehen. Ich denke, es muß noch mehr herausgearbeitet werden, was das Besondere ist und wie man damit konzentriert werben kann, um sich von anderen. [...]“
Friz Fischer, Marketingberaterin, Lübecker Stadtzeitung 12.11.2002

Lebensbereiche

1. ...Wohnen beschränkt sich nicht allein auf die Wohnung. Im Wohnumfeld, das sich zum Quartier ausweiten kann, kennen sich Bewohner untereinander. Ein Stadtteil – als städtischer Teilbereich, mit dem sich in Großstädten der Bürger am ehesten identifiziert – umschließt mehrere Quartiere. Die Übergänge vom Wohnumfeld zum Quartier und zum Stadtteil sind fließend. Entscheidend ist jedoch, daß die Bewohner sich mit dem Lebensraum identifizieren, in dem sie wohnen. Die polyzentrische Gliederung unserer Städte in Stadtteile und Quartiere mit bedarfsgerechter Versorgung durch Infrastruktur in zumutbarer Entfernung ist die Basis für überschaubare Lebensbereiche. Wenn diese kleinräumliche Ordnung darüber hinaus getragen wird durch eine sozialräumliche Gliederung, in der sich auch Bürger angemessen vertreten fühlen, können sich auch Möglichkeiten zu anderen und neuen Formen des Zusammenlebens und der Selbstverwaltung eröffnen. [...]“
Deutsche Akademie 9
2. Viele auswärtige Stadtplaner begeistern sich für das Ziel der Tübinger, die Trennung der Lebensbereiche aufzuheben. [...]Tübingen hingegen – und das ist radikal und neu – schreibt die Mischung auf jedem Grundstück vor. Alles soll überall möglich sein. [...] Wer in der Südstadt ein Grundstück erwirbt,
Die Zeit 8.6.2000

Lebens- und Wirtschaftsraum, Wohnen s. → :E.04: Wohnen in der Altstadt, Zit.

1. „Es wird immer behauptet, eine sogenannte autofreie Innenstadt begünstige die Ansiedlung von Märkten auf der ‚grünen Wiese‘. Dort siedeln sich die Geschäfte aber doch nur wegen der überhöhten Mieten in der Innenstadt an, die durch eine ‚autofreie Innenstadt‘ vielleicht sogar sinken würden. Für die Menschen kann die Innenstadt mit möglichst wenig gefährlichen, lebenszerstörenden Autos doch nur ein Gewinn an Lebensqualität bringen, der vielleicht nicht immer in Geld auszudrücken ist.“

Die, die behaupten, die Altstadt werde aussterben, wenn früheren Pläne realisiert würden, sollen mal an einem Sonnabend durch die City gehen, um selbst zu sehen wie viel Leben dort ist, obwohl Teile der Altstadt autofrei sind.”
Christel Schulze, Leserbrief LN 14.9.1995

2. „...Wir wollen eine belebte Innenstadt, in der gewohnt, gekauft, genossen, geklönt und gespielt werden kann – und das Weltkulturerbe bewahrt bleibt. [...].

Klaus Buchin, Leserbrief Stadtzeitung 16.12.1997

3. „...Kernpunkt der Innenentwicklung [...] ist die Revitalisierung des gemischt genutzten und dichten Stadtkerns, [...]. Hier gilt es einerseits die Verkehrsbelastung zu reduzieren und andererseits den Zugang für den Wirtschaftsverkehr zu sichern. Damit die historische Mitte mehr Qualität gewinnt, Fußgänger und Fahrradfahrer die Chancen räumlicher Nähe besser nutzen können und Busse [...] sowie der Lieferverkehr ohne ständige Behinderungen vorankommen, ist die Umverteilung des öffentlichen Raumes unumgänglich.

Dafür muss [...] der Durchgangsverkehr aus dem Zentrum verlagert werden, ohne dabei andere Quartiere zu benachteiligen. Zudem sind wichtige Orte der Innenstadt vom ruhenden Verkehr zu entlasten. [...]

Maria Krautzberger und Friedemann Kunst

in ‚Foyer, Journal für Stadtentwicklung‘ 1/ 2001, Seite 6

Leitbild, städtebauliches

- | | |
|--|--------------------|
| - 1970er Jahre [Volker Zahn] | Trave Woh 36-49, B |
| - 1980er Jahre [Volker Zahn] | Trave Woh 43-46, B |
| - für die Altstadt [Volker Zahn] | Trave Woh 42-43 |
| - Strukturmodellvariante B 2 [Volker Zahn] | Trave Woh 42 BF |

1. Die am 12. 6. 1975 von der **Bürgerschaft** beschlossene damals „Dreieinigkeit“ genannten Ziele (nur) für die Altstadt, nämlich „**Kulturdenkmal - Wohnen - City**“, war so etwas wie ein Leitbild. Die Reihenfolge der drei Begriffe steht hier so, wie in der Bürgerschaftsvorlage. Dr. Asche setzt „City“ in seinem Beitrag in „Zehn Jahre Weltkulturerbe“ an die zweite Stelle.

Es wurde in allen drei Teilen befolgt, wenn auch wohl das „Kulturdenkmal“ (Sanierung) zeitweilig zurecht Vorrang hatte, drohte der positive Standortfaktor „Altstadt“ doch buchstäblich zu zerfallen. Immerhin war für den Bereich „City“ schon sehr viel getan worden: Verbreiterung einiger Straßen, Fußgängerzone Breite Str. (südlicher Teil), Verdrängung der Wohnnutzung aus manchen Straßen zu gunsten von Büronutzung.
H. M.

2. „Mit den folgenden drei Hauptzielbereichen des S-4-Berichtes ist das städtebauliche Leitbild für die Lübecker Altstadt seit Mitte der siebziger Jahre definiert:

Zielbereich 1

Leitbild: Die Lübecker Altstadt ist in der Gesamtheit ihrer kulturhistorischen Werte und stadtbildprägenden Elemente als nationales und internationales Kulturdenkmal zu erhalten.

Entwicklungsziele: Die Erhaltung der Lübecker Innenstadt als Kulturdenkmal (StadtDenkmal) hat Vorrang vor allen anderen Zielen. Einschränkungen sind nur dort hinzunehmen, wo eine Verfolgung dieses Zieles zu einer Vertreibung der Wohnbevölkerung führen würde. Die Erhaltung des StadtDenkmals bedeutet vor allem:

- Vollkommene Erhaltung des historischen Stadtgrundrisses und der historischen Straßen- und Platzräume
- Erhaltung der historisch wertvollen Bausubstanz. Dazu gehören alle Gebäude, die den historischen Charakter der Altstadt prägen
- Erhaltung des typischen Stadtbildes in Grund- und Aufriß einschließlich Topographie und Dachlandschaft
- Erhaltung der typischen Höhenentwicklung sowie der maßstab- und rahmengebenden Parzellenstruktur und Kleinteiligkeit

Zielbereich 2

Leitbild: Die Lübecker Altstadt soll auch in Zukunft Wohnstandort für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen sein.

Entwicklungsziele: Die Wohnfunktion der Altstadt soll auch künftig erhalten bleiben und verbessert werden. Die vorhandenen Wohnquartiere sollen saniert und mit der erforderlichen sozialen und techni-

schen Infrastruktur ausgestattet werden. Die jetzigen Bewohner sollen nicht durch Planungs- oder Sanierungsmaßnahmen gegen ihren Willen zur Abwanderung gezwungen werden.

Zielbereich 3

Leitbild: Die Lübecker Altstadt bleibt auch weiterhin Einkaufszentrum und Standort zentraler und oberzentraler Einrichtungen für die Versorgung der Bevölkerung der Hansestadt Lübeck und ihres Einzugsbereiches.

Entwicklungsziele: Die Zentrumsfunktion der Lübecker Altstadt soll auch künftig erhalten bleiben. Innerhalb der Wasserflächen, also auf der historischen Altstadtinsel, soll sich eine Verbesserung dieser Funktion jedoch nur auf die Bereiche erstrecken, in denen bereits 'City-Funktionen' angesiedelt sind. Eine Ausdehnung dieser Bereiche innerhalb der Altstadt ist nicht zulässig.“ Senator Dr. Volker Zahn in einer Fortschreibung (September 1996) eines Vortrages, gehalten am 28. Juni 1996 in Berlin beim Experten-Workshop des Deutschen Instituts für Urbanistik und der Wüstenrot-Stiftung.

:M:

Maastricht

1. Maastricht hat eine Baukultur entwickelt, die an die Qualitätsstandards früherer Jahrhunderte anknüpft. Dies als Selbstzweck, aber auch als Standortfaktor. Gute Architektur bedeutet gutes Geschäft, sagt der stellvertretende Direktor des Amtes für Stadtentwicklung und Liegenschaften, Dr. *Hans Hoorn*.”

LN 7.7.1999

2. Lübeckische Blätter: In Lübeck wurde vor einigen Jahren das Maastricht-Modell diskutiert. Maastricht hat es geschafft, durch Koordination und Werbung die Innenstadt für viele Geschäfte und Firmen attraktiv zu machen, dabei aber ebenso auf Denkmalschutz und Tourismus zu setzen – ein Vorbild für Lübeck? Welchen Einfluss hat die Stadt, die Ansiedlung von Spielhallen und Drogeriemärkten in der Innenstadt einzudämmen oder zu unterbinden?

Bürgermeister Saxe: Das Lübecker Konzept zur Attraktivitätssteigerung der Altstadt ist dem Maastrichter durchaus vergleichbar. Wir wollen Attraktivitätssteigerung durch Angebotserweiterung. Es ist jahrelang versucht worden, gleichsam einen Schutzzaun um die Altstadt zu ziehen und zusätzliches Angebot auszugrenzen. Das hat sich als Irrweg herausgestellt.

Stattdessen gehen wir jetzt den Weg der Hereinholung qualitativvoller, interessanter, zusätzlicher Angebote. Peek & Cloppenburg ist dafür genauso ein Beispiel wie der Umbau des Kanzleigebäudes für kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandel. Das Haerder Center ist eine Fortsetzung dieses Weges. Hinzukommen sollen öffentliche Maßnahmen wie die Erweiterung der Fußgängerzone.

Mehr Attraktivität und Qualität ist das beste Rezept gegen Spielhallen und Drogerie-Ketten. Und nicht nur das eben zu Ende gegangene, gute Weihnachtsgeschäft zeigt die Richtigkeit des Weges. Auch die Kennziffer für Zentralität, die Auskunft gibt über das Maß, in dem Lübeck Kaufkraft aus dem Umland abschöpfen kann, steigt erstmals seit Jahren wieder und bestätigt den eingeschlagenen Kurs.

Aber Lübeck lebt nicht nur vom Umland, sondern in starkem Maße auch vom Tourismus. Auch dort verzeichnen wir gute Wachstumsraten. 10 Millionen Gäste besuchen im Jahr unsere Stadt; in 2004 haben wir bei den Besucherzahlen erstmals Heidelberg überholt und uns auf Platz 8 der bundesdeutschen Tourismus-Statistik geschoben. Der Ausbau des Flughafens, die Elektrifizierung Hamburg-Lübeck und viele andere Infrastruktur-Investitionen schaffen die Voraussetzung für weiteres Wachstum. [...]

aus einem Interview mit Bürgermeister Bernd Saxe, die Fragen stellte Doris Mührenberg. LBII 1/2006. S.4-5

Mall Shopping mall (→ :O.04: Einkaufscenter)

maritime Erlebniswelt

1. Wir treten ein für die Umsetzung des Konzeptes Maritime Erlebniswelt. Dazu gehört unter anderem: Ausbau des Altstadthafens für Sportboote und weitere touristische Nutzungen, Errichtung eines privaten Yachthafens.[...]. CDU Programm „Ihr Lübeck Ihre Entscheidung“ Kommunalwahl 2003, Seite 5

Marketing für die Altstadt

A-Z s. a. → :E.04: Marketing, → :E.06: Leitbild

- Neues Marketing für Lübeck erforderlich! Eine gemeinsame Institution muß alle wesentlichen wirtschaftlichen Bereiche zusammenfassen. [Nikolais Lange, Geschäftsführer Kaufmannschaft] LBII 10/1999. S. 141142
- Erwiderung [Initiativen für die autofreie Altstadt] LBII 12/1999
- Stadtgestalt als Marketingmittel LBII 2/1998.13
- Standort-Marketing [U. Mantik] LBII 1/1998,14
- Theaterhotel = Altstadt Hotel LN 20.2.1999

Zitate

1. Gedanken zu ‚Grundlagenpapier zur Umsetzung von Stadtgestaltungs-, Verkehrsberuhigungs- und Marketingmaßnahmen...‘ (Kienbaum)
2. „Umfassendes Stadtmarketing... ist kooperative Stadtentwicklung mit dem Ziel der Aufwertung einer Stadt und ihrer Leistungen für Bürger, Wirtschaft und Auswärtige. Dies geschieht durch eine verbesserte Kommunikation und langfristige Partnerschaft zwischen allen, die an der Gestaltung des Lebensraumes Stadt mitwirken und durch die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung konkreter Projekte auf der Grundlage von partnerschaftlich erarbeiteten Leitlinien und offensiver, konsensorientierter Diskussion von Zielkonflikten. DSSW 36.7
3. „Während ein ganzheitliches Stadtmarketing neben ökonomischen Aspekten (Einzelhandel, Dienstleistungen, Wirtschaftsförderung, Tourismus) zahlreiche „weiche“ Themen besetzt, von sozialen Aspekten, Jugend, Kinder, Grüngestaltung, Wohnen bis hin zu Generationenausgleich und multikulturellem Zusammenleben etc., stehen beim City-Management in der Regel wirtschaftliche Aspekte im Vordergrund.“ DSSW 36.8
4. ...Ihr Hauptaugenmerk werde die Kaufmannschaft im nächsten Jahr auf ein gemeinsames Stadtmarketing legen, das als eine Partnerschaft von privater und öffentlicher Hand organisiert wird, kündigte der Präses an. Derzeit würden in Lübeck zu viele nebeneinander her werben – die Tourismus-Experten, die Hafentreiber und die Olympia-Bewerber. Lübeck sei nicht nur eine Kultur- und Erlebnisstadt, sondern auch ein Standort für Medizintechnik, Hafen, Hochschulen sowie Multimedia. *Bockholdt* bot der Stadt an, gemeinsam eine entsprechende Imagekampagne zu starten. [...]“ LN 16.11.2002
5. *Stadtzeitung*: „*Welche Rolle spielt die Altstadt für Ihre tägliche Arbeit?*“
Schabbing: Die Altstadt ist für uns ein sehr wichtiger Bereich. Wir haben durch die einzigartige Markenkombination, die die Altstadt mit dem UNESCO-Weltkulturerbe, der Backsteingotik und der Museumslandschaft bietet, bereits drei sehr herausgehobene Produkte, die für Lübecks Rolle und Bedeutung tragend sind. Gleichzeitig ist die Altstadt auch ein spannendes Feld, weil sie eine sehr intensive Funktionsmischung auf engstem Raum bietet.
Wir haben hier zusätzlich zur Baukultur und den Museen hervorragende Einzelhandelsangebote. Ich denke da an die Fleischhauerstraße und Huxstraße, aber auch an die Großkaufhäuser im Zentrum.
Diese Mischung führt aber auch zu der Frage des Abwägens zwischen den verschiedenen Interessen – und auch da ist die Altstadt sehr typisch. Wir sehen uns da als Moderator und haben dabei sehr positive Erfahrungen gemacht. Auch und gerade in der Altstadt, wo die Akteure bisher oft isoliert gearbeitet haben, gibt es neue Kooperationsmodelle und eine sehr große Bereitschaft zur Zusammenarbeit, wenn ein neutraler Partner als Vermittler mit am Tisch sitzt.“
Stadtzeitung: „*Wie bewerten Sie die Altstadtsanierung aus Marketingsicht?*“
Schabbing: Die Altstadtsanierung halte ich für sehr wichtig, weil sie eben ein zentrales Qualitätsmerkmal der Stadt bewahrt und im positiven Sinne weiterentwickelt. Man muss dieses wunderbare Produkt Altstadt erhalten, aber es darf nicht dazu kommen, dass wir plötzlich nur ein ‚totes Museum‘ haben. Historische Bauwerke müssen mit zeitgemäßen Nutzungen belebt werden. Ich denke, das ist auch wichtig, um Dinge wie Denkmalschutz weiter betreiben zu können.
Wir müssen immer zu einem Ausgleich kommen zwischen konservatorischen Aspekten und den Akteuren, die das Geld für die Instandsetzung aufbringen. Da ist man auf einem ganz guten Weg.
Es bringt andererseits aber auch nichts, die Altstadt auf kleinstem gemeinsamem Nenner zu modernisieren. Dann würde gerade die besondere Qualität, die den überregionalen Magneten darstellt, wegfallen und damit die Basis für eine überregionale Vermarktung.“
Bernd Schabbing, Koordinator Stadtmarketing, in einem Interview Stadtzeitung 5.9.2006

6. Stadtmarketing: Marke „Lübeck“ kommt

Die „BfL“ hat in der letzten Bürgerschaftssitzung gemeinsam mit der SPD und mit Zustimmung von Grünen und Linken das Vorhaben „Stadtmarketing-Zielsystem“ auf den Weg gebracht. Mittel- und langfristiges Ziel ist es, die Hansestadt Lübeck bundes- und europaweit als starke Marke zu positionieren.

Das Projekt wird im nächsten Jahr zunächst mit einer grundlegenden Imageanalyse starten. Der Standort Lübeck wird insbesondere von den Standortkomponenten Tourismus, Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft geprägt. Verschiedene Institutionen arbeiten zurzeit wird wichtige in der Stadt an der Vermarktung ihres jeweiligen Teilzielgebietes. Übergreifende Koordination findet nur in begrenztem Umfang statt. Die beschlossene strategische und operative Neuausrichtung der Lübeck und Travemünde Marketing GmbH wird wichtige Voraussetzungen für die strategische Bündelung aller Aktivitäten schaffen, sodass eine zielführende Markenentwicklung nun machbar ist. Dabei kann inhaltlich auf dem seit langem vorliegenden Strategiepapier „Zukunft Lübeck“ aufgebaut werden.

Hier wurden bereits mögliche grundlegende Leitwerte und Schlüsselprojekte für die Hansestadt formuliert und identifiziert. Das dort geforderte gebündelte Standortmarketing muss nun unter dem strategischen Dach einer Marke „Lübeck“ in überschaubarer Zeit umgesetzt werden. Die alten, durchaus unterschiedlichen Strategien im Standort-, City-, Tourismus-, Wirtschafts-, Wissenschafts- und Kulturmarketing müssen jetzt auf das gemeinsame Marken-Bild und seine definierten Ziele ausgerichtet werden, wie es andere deutsche Städte in den letzten Jahren vorgemacht haben.

Bürger für Lübeck „BfL“ Kasten der BfL, Stadtzeitung 16.12.2008

Marketing-Club

„Marketing-Experten ... haben sich jetzt zu einem neuen Club zusammengeschlossen. ‚Wir wollen Ideen für den Standort Lübeck entwickeln und Impulse geben‘, erklärte *Frank Döring* von der Deutschen Telekom.“

LN 26.7.2000

Angeschoben haben den Club: Frank Döring, Telekom, und Johann W. Wagner, MuK

24 Gründungsmitglieder u. a.: Vertreter von DaimlerChrysler, Dresdener Bank, Rieckmann, Niederegger, Dräger Sicherheitstechnik

Vorstand 2000: Herbert Pfennig, Dresdener Bank, Johann W. Wagner, MuK
Eberhard von Lobenstein, DaimlerChrysler. Frank Döring, Telecom
Hans-Peter Dau, Präsident, Vicepräses IHK

*

Der Club hat im Frühjahr 2001 darum gebeten, in den Arbeitskreis Altstadt aufgenommen zu werden. Die Initiativen hatten sich mit „Munition“ gegen eine Aufnahme gut versorgt. Wir brauchten nicht zu sprechen: Die Wirtschaftsleute im AKA haben einmütig gegen die Aufnahme gesprochen, was uns sehr verwundert hatte. Wir hatten den Eindruck, dass die Argumente gegen eine Aufnahme mit leicht mokantem Ton vorgetragen wurden. Offensichtlich kannten wir irgendwelche Hintergründe nicht.

8. 9. 2001:

Gemäß Zeitschrift der IHK (Heft 9/2001) hat der Club inzwischen 125 Mitglieder

Hans Meyer, 4.9.2001 / 8.9.2001

Markt, Ingenhoven-Bau → :AM.03: Markt, Dokumentation

Mittelpunkt der Stadt

→ :D.05: Mittelpunkt, Zit.. → :E.01: City, Zit.. → :E.02: Innenstadt, Zit. → :E.03: Museum Altstadt, Zit. 15.

Museum Altstadt ?

1. „Mir ist aufgefallen, wie man bei aller Liebe zum Gesamtkunstwerk unserer Altstadt die Anwendung des Begriffes 'Museum' scheut. Man rückt geradezu davon ab wie von etwas Verächtlichem, wie etwa die Jugend jüngster Vergangenheit von dem 'verkalkten Alter' Lübeck ist eine Kaufmannsstadt und kein Museum', heißt es. Und dabei weiß doch jeder, daß es beides ist. Warum die Diffamierung des Begriffes? Sie führt zu falschen Schlußfolgerungen.

Unsere Museen sind keine Abstellräume unbrauchbarer Gegenstände, sondern Sammlungen von Denkmälern, die kulturellen Gegenwarts- und Zukunftswert haben....

Wie dürfte der Kulturwert des Denkmäler-Museums der Altstadt unterschätzt werden, das da ständig das Alltagsleben ihrer Bewohner umgibt. Ihm verdankt Lübeck seinen kulturellen Hochstand und die oft gerühmte Fähigkeit, einzelne Zugewanderte bald in echte Lübecker zu wandeln. Auch wer nur an Zahlen glaubt, weiß, daß der durch Lübecks Denkmalcharakter angezogene Besucherverkehr einen wachsenden Prozentsatz in den der Stadt verbliebenen wirtschaftlichen Möglichkeiten ausmacht."

Johannes Klöcking in LBII 1949.40

2. „*Museum* oder *City*: Das ist die Frage für die Innenstadt.“ LN 5.6.1983
3. „... denn die Funktion ‚*City*‘ wird weitgehend bestimmt vom Einzelhandel. Seine Attraktivität zieht Menschen in die Stadt - wie andererseits die Funktion ‚*Museum*‘ Touristen anlockt.“ LN 9.6.19??
- 3a. ...Da wird der Begriff ‚*Museum*‘ polemisch gewendet, um ja nicht den Nadelstreifenanzug im Bus oder auf dem Fahrrad zerknittern zu müssen... Jürgen Backhaus Leserbrief LN 17.4.1992
4. Anlässlich des von den Lübecker Nachrichten veranstalteten Verkehrsforums „*Museum oder City*“ am 11. 6. 1983 erschien am gleichen Tag in den LN ein Doppelinterview mit dem Museumsdirektor Dr. *Wulf Schadendorf* und dem Präses der Industrie- und Handelskammer zu Lübeck, *Klaus Richter*:

LN: „Müssen sich *Museum* und *City* gegenseitig ausschließen?“

Schadendorf: „Die Fragestellung des Forums unterstellt einen unwürdigen Museumsbegriff. Gedacht wird da wohl an eine tote Ansammlung von Gegenständen. *Museum* ist jedoch eine lebendige, wissenschaftlich betreute Schausammlung, die öffentlich zugänglich ist, um Leben zu genießen und zu ertragen. Bewahrte Altstadt ist lebendes *Museum* mit ungeheuerem Kapital.“

Klaus Richter: „Beide Ziele stehen in einem Konflikt, Sie können nur durch vernünftiges Abwägen soweit wie möglich verwirklicht werden. Sinnvoll wären Bezirke in der Innenstadt für wirtschaftliche Zwecke und solche zum Schutz erhaltenswerter Bausubstanz mit Vorrang fürs Wohnen.“

LN: „Welche Bedeutung hat das *Museum* für die *City*, welche die *City* fürs *Museum*?“

Schadendorf: „Zugespißt gesagt: Lübeck hat kein, es ist ein *Museum*... Die viel beschworene *City* ist nichts anderes als die 700-jährige Altstadt, in der die Menschen gern leben, weil sie wissen, daß diese ‚*City*‘ nicht austauschbar ist!“

Richter: „Ohne die pulsierende Geschäftigkeit einer *City*, ohne ihr Angebot an Dienstleistungen und ohne kulturelles Angebot wäre eine reine Museumsstadt ohne große Attraktivität sowohl für Bewohner als auch für Gäste.“

LN: „Auf welche Weise kann das *Museum* von der *City* und die *City* vom *Museum* profitieren?“

Schadendorf: „Gegenseitiger Nutzen entsteht im Miteinander. Verkehrs- und Wirtschaftsfunktionäre haben der Altstadtbewahrung oberste Priorität zu setzen... Man kann nicht mit dem Holstentor – einem *Museum* – werben und es nur als verkehrshindernde Kulisse betrachten. Man kann nicht auf den Charakter der mittelalterlichen Hansestadt stolz sein, daraus Kapital schlagen und sie mit einer Blechlawine überrollen [...]“

Richter: „Lübeck als Kulturdenkmal von europäischem Rang ist für Gäste aus dem In- und Ausland einen Besuch wert. Touristen bringen natürlich auch Kaufkraft in die Stadt. *Museum* und *City* ergänzen sich insoweit als Attraktion.“

LN: „Welche Nachteile und Probleme können aus dem Begriff *Museum* für die *City* erwachsen oder sich ergeben?“

Schadendorf: „Man kann nicht Lübecks Bedeutung in Freizeit, Kultur, und Geschichte herausstellen und zu gleich beschwören, kein *Museum* sein zu wollen. Im Gegenteil: Die Museen sind mit die wichtigsten Teile des historisch-kulturellen Gesichtes Lübecks.“

Sie zeigen, daß Leben sich nicht in unendlichem Merkantilismus erschöpfen kann, sondern wie ebenso wichtig die ästhetische Gestalt der eigenen Welt ist, in der ich lebe, kaufe und wirtschaftete.“

Richter: „Bei Überbetonung als *Museum* würde Lübeck – als Stadt der Wirtschaft entstanden – generell an Wirtschaftskraft verlieren. Arbeiten und Wohnen in der Stadt gehören zusammen. Wer das auflösen will, gefährdet die Entwicklungschancen unserer Stadt...“

LN: „Welche gleichen Interessen gibt es zwischen *Museum* und *City*?“

Schadendorf: „...Eine Innenstadt ohne Menschen ist ebenso sinnlos wie ein *Museum* ohne Besucher. Denkbar wäre, daß alle Partner der Innenstadt die potenziellen Konsumenten und Besucher gemeinsam ansprechen, daß die Institutionen des Bewahrens, also die Denkmalpflege und das *Museum*, und die des Wirtschaftens gemeinsame Werbekonzepte und Öffentlichkeitsarbeit konzipieren. Das *Museum* ist dazu bereit und kann von solchem gemeinsamen Vorgehen und Handeln nur gewinnen.“

Richter: „Abgesehen von dem Zielkonflikt ‚Erhaltung der Innenstadt als Kulturdenkmal‘ und ‚Weiterentwicklung als Zentrum für Dienstleistungen und für die Wirtschaft‘ ergeben sich die gleichgerichteten Interessen aus dem bereits genannten, sich gegenseitig befruchtenden Beziehungen.“

LN: „Was können Museum und City von einander lernen?“

Schadendorf: „Daß man nur bewahren kann, was man kennt. Erst die gründliche Kenntnis von Gesicht und Gestalt der Stadt schafft die richtige Voraussetzung, mit den Zeugen der Vergangenheit angemessen umzugehen...“

Richter: „...Das Engagement für die alte Stadt darf nicht so absolut vertreten werden. Lübecks Lebensgrundlage ist und bleibt die Wirtschaft, sie schafft die Basis für die Sanierung... *Unstrittig ist jedoch, daß unter Berücksichtigung der Erhaltung Lübecks als Kulturdenkmal nicht jeder Wunsch der Wirtschaft erfüllt werden kann.*“

LN: „Was wünschen Sie sich von der City, was vom Museum?“

Schadendorf: „Der Allerweltsbegriff ‚City‘ sollte für die Altstadt schleunigst vergessen werden. Lübecks einzigartiges Gesicht ist die erhaltene Gestalt der Altstadt.“

Aus dieser gewachsenen Struktur und durch die Einbeziehung ist die gegenwärtige Gestalt der Stadt zu definieren. Die Zentralfunktionen einer Großstadt haben sich nicht störend über dem alten Bestand zu legen, sondern sich aus ihm zu entwickeln.“

Richter: „Lübecks Selbstverständnis ist eigentlich nicht das einer Museumsstadt. Würde ‚Museum‘ aber Priorität haben, dann sollte es so lebendig und aufgeschlossen wie nur möglich sein, dem Neuen Platz einräumen und den Blick in die Zukunft richten. Der Begriff ‚Museum‘ umschließt ja nicht nur Erhaltenswertes zu bewahren und der Öffentlichkeit zugänglich zu machen...“ LN 11.3.1983

5. „...erlebe ich an den autofreien Altstadtwochenenden eine von vielen Menschen erfüllte fröhliche, lebens- und liebenswerte Altstadt. Von einer leeren und musealen Stadt – so die Mittelstandsvereinigung der CDU – ist weit und breit nichts zu spüren.“ Hans-Jürgen Junge LN Leserbrief 20.6.1992

6. „CDU: Lübecker Altstadt darf kein Museum werden

Äußerungen von Bürgermeister Michael Bouteiller, wonach zum Schutz des Weltkulturgutes in der historischen Altstadt künftig keine Großprojekte mehr zugelassen werden sollen, haben heftige Kritik hervorgerufen.

Damit Lübeck weiterhin seine Aufgabe als Oberzentrum erfüllen könne, müßten auch künftig Konflikte zwischen den Zielen Denkmal pflege, City-Funktion und Wohnen durch Kompromisse gelöst werden, so der Vorsitzende der CDU-Fraktion in der Bürgerschaft, Dr. Klaus Brock: ‚Wenn Bouteiller Bürgermeister eines Denkmal-Dorfes werden will, sollte er sich in Kiel-Molfsee bewerben.‘

Im übrigen habe der Bürgermeister den in den 70er Jahren von der Bürgerschaft gefaßten Grundsatzbeschuß falsch verstanden. In dem sogenannten S 4- Papier ist festgelegt, daß dem Ziel ‚Erhaltung der Innenstadt als Kulturdenkmal‘ eindeutig der Vorrang gegeben wird. Der Fraktionschef kritisierte zudem, daß Bouteiller ‚mit dem so wichtigen Thema‘ in die Öffentlichkeit gegangen sei, ohne Bürgerschaft und Senat zu informieren.

Auch IHK-Sprecher Hans-Jochen Arndt warnte davor, den S-4-Beschluß als ‚allgemein anerkannte Grundlage für die Weiterentwicklung Lübecks aufzugeben‘. Ohne sie könne Lübeck den neuen Herausforderungen nach der Wiedervereinigung kaum genügen.“ LN 15.4.1992

7. „Unsere Politiker wollen Lübeck zum *Museum* machen“ Barbara Zellweger in Auto-Bild 26.9.1997

Anmerkung: Dass die Stadt zum Museum gemacht werden soll, hören wir seit 1975 (Jahr des Denkmalschutzes). Wenn es jedoch in über 20 Jahren nicht gelungen ist, die fiktive Vorstellung umzusetzen, dann müssen die „Akteure“ ausgesprochen schlecht arbeiten.

Natürlich ist die Unterstellung schlicht und einfach unsinnig. Die Altstadtbewohner z. B. wissen sehr genau, daß es ihnen ohne guten Geschäftsbesatz ziemlich schlecht gehen würde. Dazu siehe Bürgernachrichten Nr. 71, Seite 4 (1996 zum Fortzug der Eisenwarenhandlung Rosenberg aus der Altstadt)

8. Mit den Bannern zeigen wir, daß die Altstadt kein verstaubtes Museum ist‘ sagte Hübner, der Vorsitzende des Lübeck-Managements.“ LN 11.6.1996

9. „...Eine Altstadt, die Jahrhunderte lang dem Handel und Wandel verbunden war und von ihm gelebt hat, kann nicht zu einem Museum oder einer reinen Wohn- und Schlafstadt umfunktioniert werden...“

Hans-Jürgen Bockholt, Präses der Kaufmannschaft zu Lübeck, Leserbrief Lübeckische Blätter 19/1997 (22.11.1997)

10. „Das alte Konzept stand dem Leben in der Stadt feindselig gegenüber. Die Stadt wurde – und wird teilweise immer noch – als Museum gesehen. Dieses Bild schreckt die Menschen von einem Besuch der Altstadt eher ab.“
Harald Jeguschke, Geschäftsführer Marien-Krankenhaus
in einem Interview, Lübeck-Brief 5 /1998, Seite 8
11. „...Will man den Verkehr noch weiter aus der Altstadt verbannen, macht man die Stadt zu einem toten Museumsdorf. Wir leben im 21. Jahrhundert und dazu gehört Autoverkehr. [...]“
Gerda Setzpfad, Leserbrief Stadtzeitung 11.1.2000
12. ...Präses *Bockholdt* von der Kaufmannschaft zu Lübeck forderte, einen Teil der Lübecker Altstadt – ähnlich wie in Rothenburg ob der Tauber – zu einem Museumsbereich zu erklären und dort spezielle Einzelhandelsangebote (z.B. Weihnachtsartikel ganzjährig) anzubieten. [Nikolaus Lange]
LBll 11/2002
13. „...’Es ist undenkbar, das Einzelhandelsentwicklungskonzept und den damit verbundenen Schutz der Innenstadt politisch aufzugeben’ so die CDU-Vormänner *. ‚Wir wollen aus der Altstadt kein Museum machen. [...]‘“
LN 14.7.2002
* Klaus Puschadel, Fraktionsvorsitzender, und Peter Sünnewold, Bürgerschaftsmitglied.
14. „Lübeck 2005: Museum oder Einkaufs- und Erlebnisstadt?“
Motto einer Veranstaltung des Lübeck Managements am 27.8.2002. Während der Veranstaltung kam aus dem Kreis der Zuhörer die Anregung
1. ‚Oder‘ durch ‚und‘ zu ersetzen
2. ‚Museum‘ durch ‚Altstadt‘ zu ersetzen.
In der Tageszeitung stand davon nichts.
15. Altstadt: Museum ? ... lebendige Altstadt
Die Lübecker Altstadt ist das wertvollste Gut der Stadt, sie ist der wirtschaftliche, kulturelle und touristische Mittelpunkt der Hansestadt. Diese Funktion zu erhalten und weiterzuentwickeln, muss das Ziel aller sein. Dabei kommt dem Rang eines UNESCO-Weltkulturerbes eine besondere Bedeutung zu. Dies bedeutet aber nicht, dass die Altstadt zum Museum werden muss – vielmehr ist eine lebendige Altstadt erforderlich, in der Wohnen, Arbeiten, Einkaufen, Bildung, Dienstleistungen sowie Freizeitangebote willkommen sind.“
Was die FDP Lübeck will:
- die Sicherung der City-Funktion,
- die Sicherung des Wirtschaftsverkehrs, inkl. des Individualverkehrs, die Stärkung der Wohnqualität,
- Verantwortung gegenüber dem Kulturerbe.”
Liberales Lübeck-ABC, FDP- Kommunalwahlprogramm, 2003-2008, Seite 4
- gleichlautend 2008: Liberales Lübeck-ABC, FDP- Kommunalwahlprogramm, 2008-2013, Seite 5
16. **Altstadt:** „...Wir fordern ein gleichberechtigtes Nebeneinander von Wohnen, Kultur und Gewerbe in einer lebendigen Innenstadt. Ein weiterer Wegzug von städtischen Behörden und Gesellschaften aus der Innenstadt muss vermieden werden. Wir wollen verhindern, dass die Innenstadt zum Museum wird.[...]“
CDU Programm „Ihr Lübeck Ihre Entscheidung“ Kommunalwahl 2003, Seite 5

:N:

Name: „Altstadt“ statt „Innenstadt“ oder „City“

- Die SPD-Fraktion beantragt, die Bürgerschaft möge beschließen:
Der Bürgermeister wird gebeten, dafür zu sorgen, dass
in allen Veröffentlichungen der Hansestadt Lübeck das Gebiet der historischen Lübecker Altstadt künftig nur noch mit dem Begriff „Altstadt“, „Lübecker Altstadt“ oder sinnverwandten Begriffen beschrieben wird. [...].
Antrag der SPD-Fraktion vom 10.1.2003
Sitzung 30.1. 2003 Punkt 4.7 Tagesordnung. Drucksache 335
- „Hallo Genossinnen und Genossen,
schön, dass der von mir angeregte Antrag in die Bürgerschaft geht.
Nur, so wie er von *Ulrich Pluschkell* formuliert ist, geht er schlicht daneben. Selbst wenn der Bürgermeister dafür sorgt, dass....Verpflichtend ist das nicht, also verpufft der Sinn des Antrages.

Mein Gedanke war:

Eine „City“ und/oder eine „Innenstadt“ (meistens ohne Charme) haben viele Städte. Lübecks Altstadt wird von vielen gerühmt als „Einmaligkeit“, als „Attraktion“, das ist mit Sicherheit mehr als eine triste „City“. Sowohl die Stadt, die Touristik-Werbung und die Wirtschaft „wuchert“ nicht mit dem, was Lübeck zu bieten hat. Weltkulturerbe???

Es gibt Städte /Orte, die mit dem Begriff „Altstadt“ für ihren Einkaufsbereich werben! Lübeck vergibt auch hier mal wieder eine Chance!

Darum der Vorschlag, diese Allerwelts-Begriffe für Lübeck konsequent ganz fallen zu lassen. Das würde bedeuten, dass die Bürgerschaft den offiziellen Namen „Innenstadt“ (ich glaube: Satzung vom 2. 10. 1972) ganz förmlich ersetzen müsste durch „Altstadt“.

Dann könnte/ würde im Laufe von Jahren der Denk- und Gewöhnungsprozess fruchten. Bei allem was neu zu machen ist, heißt es dann „Altstadt“. Eine längere Zeit würde es beide Begriffe nebeneinander geben, denn aus Kostengründen könnten natürlich z. B. Wegweiser im Verkehr nicht „mal eben so“ umgetextet werden, aber wenn sie mal unleserlich sind, also ersetzt werden müssen. Dies nur als Beispiel.

Nutznießer ist natürlich auch die Stadt, in erster Linie jedoch der Einzelhandel... wenn er denn be- greift, das auch diese Namensänderung für ihn eine Chance bedeutet.

Die Umbenennung und deren Folgen kostet die Stadt so gut wie nichts...

Bitte „begradigt“ die Formulierung des Antrages.

Hans Meyer, 25.1.2003 an die SPD-Fraktion im Rathaus

Nutzer, Nutzung historischer Häuser → :D.05: Nutzer, Zit.

:O: :P: :Q: :R:

Oasen

1. FreiRäume im Kaufhaus, Beobachtungen bei Haerder und drum herum

„...Die Lage inmitten der Stadt, die Abschirmung durch die Blockrandbebauung nach außen, die Verbindung zu den Einkaufsachsen und öffentlichen Räumen. Beste Voraussetzungen, um hier, zum Beispiel, Oasen entstehen zu lassen inmitten des hektischen Treibens drum herum. Für Shopping und Kultur, Speisen und Ausruhen, als Treffpunkt und Ort des Austausches in einem urbanen Gefüge...“

Gunnar ter Balk ArchitekturForum 3. Seite 39, Absatz 1

Oberzentrum

0. Die Lübecker Altstadt ist seit Jahrhunderten auch der wichtigste Standort für Handels- und Dienstleistungseinrichtungen in der Region. Die Anziehungskraft und die zentrale Bedeutung der Lübecker Altstadt als Ort des Einkaufens, der Arbeit, der Kultur, der Bildung, der Freizeit und des Wohnens soll gesteigert werden. Die Erhaltung des Weltkulturerbes erfordert daher auch die Erhaltung der lebendigen Nutzungs- und Wirtschaftsvielfalt der Altstadt.” Bürgerschaftsbeschluss vom 31. 8. 1995

1. Zukunft als Oberzentrum

LN 27.10.1998

2. Michael Hübner, Vorsitzender des privaten Vereins „Lübeck Management“ sieht nur in der Altstadt das Oberzentrum, polemisiert gegen Politik + Verwaltung. Lübeck-Brief 2/1999, Seite 7
Dagegen schreibt Manfred Finke in den Bürger Nachrichten 79/ 1999, Seite 1 ff

3. „Oberzentrum“ ist nicht nur Umsatz, wie die Tageszeitung und die Wirtschaftsorganisationen zu- mindest indirekt behaupten. Oberzentrum meint auch Kultur, Behörden, Erholung.

Hans Meyer 12.5.1999

4. „Im Rahmen der Stadtentwicklung hat die Erhaltung und Entwicklung der denkmalgeschützten Alt- stadt höchste Priorität, weil sie in hohem Maße das Oberzentrum nach außen repräsentiert.“

Lübeck plant und baut, Heft 76, Seite 10 (Februar 2000)

5. „...Unter Beifall kritisierte Geschäftsfrau *Olivia Althaus-Apmann* Kollegen, die mit dem Handel schon vor Jahren einigen Wohlstand erzielt hätten und nun ‚nur noch gefräßig ihre Mieten einstreichen‘. Wenn Lübeck als ‚Oberzentrum mit Charme‘ fungieren wolle, habe man noch einiges vor sich. Sie

appellierte an alle, endlich gemeinsam zu agieren. „Die persönliche Profilierung sollte einem klaren Handeln weichen. [...]“
LN 29.8.2002

6. „...Zukunft des Koberg als stille ‚Reserve-Fläche‘ im Rahmen eines Standort-Konzepts, das sich von der kritischen ‚City- und-Oberzentrum gleich – Altstadtinsel‘- Formel verabschiedet hat. Die ‚Neue City‘ – ein Geschäftsbereich, der, anders als die ‚alte City‘ oberzentrale Funktionen räumlich und logistisch auch wirklich leisten kann – wird sich nur außerhalb der Altstadt entwickeln können. Erste Konturen sind ja zwischen Bahnhof und Trave bereits angedacht. [...].“

Manfred Finke, Lübeckische Blätter 6/2003

öffentlicher Raum

1. „...Es war einer der verheerenden Irrtümer der 60er und 70er Jahre, der Schaffung exzellenter Einzelhandelslagen und der undifferenzierten Belegung öffentlicher Räume gnadenlose Priorität gegeben zu haben. Das hat die Städte in die Nähe der ‚Stadt ohne Eigenschaft‘ gebracht!

Ich halte die Pflege des öffentlichen Raumes in der Stadt für die wichtigste Maßnahme. Malls können den öffentlichen Raum vielleicht ergänzen. Ersetzen können sie ihn nicht.“

Prof. Dipl.-Ing. Hanns Adrian, Stadtplaner, Hannover, in „Lübeck FreiRäume nutzen“, Seite 11

2. **Konsequenzen aus dem Omniphon-Ergebnis** s. a. (→ :N.04:)

„Wenn man den öffentlichen Raum *auch* als Marketingfaktor für die Wirtschaft sieht, hat die Nutzerbefragung Schwachstellen aufgezeigt.

Wir dürfen jedoch nicht in den Fehler verfallen und glauben, dass es der Wirtschaft in der Altstadt automatisch besser geht, wenn die öffentlichen Defizite beseitigt sind. Ihre Beseitigung kann eine kleine Hilfe sein, mehr nicht. Die Wirtschaft muss jedoch selbst tatkräftig dazu beitragen, dass das Lübecker Image nicht nur ‚draußen‘ besser wird (Siehe Punkt C Einzelhandel). Es sollten von der Wirtschaft nicht – wie bisher – ‚Forderungen‘ an die Öffentlichkeit gestellt werden.

Helfen muss sich die Wirtschaft in erster Linie selbst.

Es steht zu befürchten, dass ‚die‘ Wirtschaft eines Tages argumentiert, die Stadt habe wegen des vernachlässigten öffentlichen Raumes die Misere des Einzelhandels verschuldet.“

Initiativen für die „autofreie“ Altstadt, 25.8.2001

3. **Die Charta für den öffentlichen Raum in Lübeck**

ungeachtet der jeweiligen Identität und der Eigenschaften und Funktionen des einzelnen Platzes sollten sie alle die im Folgenden aufgelisteten Qualitäten bieten. Dadurch kann sichergestellt werden, dass die öffentlichen Plätze Lübecks sich sowohl Besuchern als auch Anwohnern als sichere und angenehme Stadträume präsentieren.

1. Sicherheit und Ruhe:

- Konflikte zwischen Menschen und Fahrzeugen vermeiden
- soziale Überwachung ermöglichen
- Orte frei von Stress und Hektik schaffen

2. Klimatischer Komfort (Licht/ Sonne)

- Das Erlebnis von Sonne und Licht ermöglichen
- Schutz vor externen Witterungsbedingungen bieten

3. Möglichkeiten zum Verweilen (Sitzgelegenheiten)

- designierte Orte zum Verweilen
- Sitzgelegenheiten im öffentlichen Raum und in der Außengastronomie
- kommunikative Orte

4. Sichtachsen

- Ausblicke auf die Lübecker Türme und Dächer
- Blicke in angrenzende Straßenlandschaften, Einblicke in Plätze
- Möglichkeiten zur visuellen Orientierung

5. Fassung und Raumgefühl

- klare räumliche Definition der Plätze
- Einfassung ohne Einengung

6. Architektonische/stadtlandschaftliche Qualität

- Attraktives, ortsangemessenes Design
- Hochwertige, langlebige Materialien
- ansprechendes Details

- angemessene Wasserelemente
- Stadtgrün

7. Individualität

- Charakteristische Entwürfe, die die gewünschten Platzfunktionen unterstreichen
- Unverwechselbarkeit

8. Nutzerfreundlichkeit

- Barrierefreie Nutzung für alle Bevölkerungsgruppen (Jung /Alte/ Behinderte/ Menschen mit Kinderwagen / Einkäufen etc.

9. Zielort/Treffpunkt

- ▶ Ergebnis der „Perspektivwerkstatt“ für die Achse Schrangeng-Klingenberg. Entnommen dem 6-seitigen Faltblatt, das am 28.März 2007 in St. Petri verteilt wurde

Öffentlichkeit

1. Baukunst und Demokratie

... Es geht nicht darum, Entwürfe zur allgemeinen Abstimmung zu stellen. Dann käme nichts heraus als der kleinste gemeinsame Nenner, sprich: ‚Mittelmaß‘ sprich: schlechte Architektur. Es geht vielmehr um das Prinzip Öffentlichkeit. Dieses Prinzip zwingt Architekten und Bauherren dazu, ihre Pläne zu zeigen, zu erklären und notfalls zu rechtfertigen.

Für das Prinzip Öffentlichkeit reicht es nicht, dass Architekten und Bauherren die Öffentlichkeit nicht meiden – sie sollen sie suchen. Es reicht nicht, die Experten diskutieren zu lassen, irgendwo Modelle aufzustellen, und wenn das Volk nicht kommt, hat es eben Pech gehabt. So etwas schätzt das Volk gar nicht, und zwar um so weniger, je kühner der Entwurf ist. Das zeigt sich auch jetzt am Beispiel des geplanten Baus an der Breiten Straße in Lübeck. Vermutlich hätte es diese plötzlich aufwallende Ablehnung nicht gegeben, wenn die Bürger von Anfang an informiert und an einer Diskussion beteiligt gewesen wären, die dem guten demokratischen Motto folgt: Wer mitredet, übernimmt Verantwortung.

Mehr als jede Broschüre, mehr als jeder Vortrag können solche Diskussionen das fördern, was die deutschen Architekten sich zu Recht so sehr wünschen: ein größeres Bewusstsein für Baukultur.

Hanno Kabel, Kommentar, LN 14.3.2007

Ökologie

- Bauleitplanung als Bestandteil der ökologisch orientierten Planung plant u. baut 102/2009.129

Parzelle → :APQ.01: Parzelle, A-Z

1. Verschiedentlich ist in der letzten Zeit auf den Konflikt der beiden Zielbereiche 'Erhaltung der Innenstadt als Kulturdenkmal' und 'Funktion der Innenstadt als Einkaufszentrum' hingewiesen worden. Dieser Konflikt ist sicherlich dann gegeben, wenn die kleinteilige Struktur eines großen Teils der Innenstadt in Beziehung gesetzt wird zu bestimmten Vertriebsformen des Einzelhandels, die relativ viel Verkaufsfläche benötigen, wie z. B. Warenhäuser und große Fachgeschäfte.

Ein Interessengegensatz zwischen beiden Zielbereichen dürfte aber in der Regel nicht vorliegen, wenn die Größenstruktur der Geschäfte der Struktur der vorhandenen Bausubstanz entspricht, wie es bei kleinen und mittleren Fachgeschäften sowie Dienstleistungsbetrieben der Fall ist. Gerade in der Verbindung von historischen Bauformen und modernen Einkaufsmöglichkeiten und -formen könnte Lübeck als ideales Beispiel für eine mögliche glückliche Synthese von alt und neu angesehen werden. Das würde letztlich neben der Imagesteigerung der Stadt einen Beitrag zur Sanierung

Udo Poppen, Syndikus der IHK, Wagen 78, Seite 69

2. in Buchform gibt es:

- alle Straßengrundstücke mit Fassaden und Höfen (Maßstab 1:500) in der „Stadtbildaufnahme Lübeck“ 1. Fortschreibung
- alle Gang- und Höfe- Grundstücke und Fassaden (Maßstab 1:200) in der „Stadtbildaufnahme Lübeck :Innenhöfe und Gänge“

Passagen

- Konzepte für Passagen und Blockinnenhöfe, 1997/1998 [Volker Zahn] HL: Fachbereich V.84-85.85

Passanten-Stopper

- Erste Gehversuche bei der Bekämpfung des Wildwuchses im öffentlichen Raum [Joerg Sellerbeck jun.]

Bürger Nachr. 2008/100.
März/April. S. 6 + B

Perspektivwerkstatt → :ASch.03: Achse Schranken – Klingenberg, Zit.

Planungssicherheit

1. Es ist einheitliches Plädoyer aller Experten, daß Kostenängste und Planungsunsicherheiten nur dann beseitigt werden können, wenn sehr frühzeitig – bereits in der Phase der Investitionsentscheidung – etwaige Bau- und Nutzungsbeschränkungen klar definiert werden. Mit dieser Forderung sind eindeutig Forderungen an beide Seiten gestellt. [...]. „Studie zu gewerblich genutzten und gesetzlich geschützten Denkmälern in Hamburg“ Denkmalpflege in Hamburg, extra (1996). Seite 70

Profil, Profilierung → :E.01: Altstadt, Attraktivität, Zit. → :E.01: Besucherschwund. (→ :O.01: Einkaufsstadt Altstadt). (→ :O.02: Wirtschaft, Einkaufserlebnis)

1. „Die Altstadt profiliert sich als:

- Altstadtensemble von Weltruf (UNESCO-Weltkulturerbe),
- Die Kulturmetropole der Region,
- Einzigartige Gelegenheit, Geschichte und Hansetradition modern zu erleben,
- Lübecker Altstadt: Leben in historischer Umgebung,
- Deutschlands größte Kulturinsel,
- verkehrsberuhigte Flanierzone mit Flair in einer der schönsten Altstädte der Welt,
- Touristischer Magnet mit unvergleichlicher Kombination von Kultur und Künsten.

Die Lübecker Altstadt will

- Die einzigartigen historischen Rahmenbedingungen konsequent zur Attraktivitätssteigerung des Einzelhandels nutzen und zugleich auf diesem Wege einen *denkmalpflegerischen* Beitrag zu deren Erhalt leisten,
- Zum Erhalt des UNESCO-Weltkulturerbes durch die Denkmalpflege und durch systematische Maßnahmen zur Verkehrsberuhigung beitragen,
- Sich als ideales Ziel für Kurz- und Wochenendreisen, insbesondere für Kultur- und Geschichtsinteressierte, positionieren.“

Kienbaum Unternehmensberatung GmbH im Auftrag der Stadt 1995 erstellt hat.

Anmerkung: Das Konzept wurde von den Wirtschaftsorganisationen für gut befunden. Die Durchführung des Konzeptes wurde jedoch leider nicht durchgesetzt, sondern abgebrochen. 1998 ließ das Lübeck-Management ein neues Konzept entwickeln. ‚historische Rahmenbedingungen‘, ‚denkmalpflegerischer Beitrag‘, ‚UNESCO-Weltkulturerbe‘, ‚Denkmalpflege‘ kommen darin nicht vor

2. Borns: Ich glaube es ist wichtig, bei der Entwicklung Lübecks auf die außergewöhnlichen Profile der Stadt zu bauen.

LN: Das wären?

Borns: Musik, Literatur, Wasser, Meer in Travemünde und die gebaute Geschichte.

aus einem LN-Interview mit Kultursenatorin Annette Borns, LN 19.8.2007

Rahmenplan, städtebaulicher

- | | |
|---|------------------------|
| - allgemein | VBII 1984.92 |
| - 1980er Jahre [Volker Zahn] | Trave Woh 43-46 |
| - Altstadtrandkonzept [Volker Zahn] | Trave Woh 47-48, 48 Bf |
| - Innenstadt [Volker Zahn] | Trave Woh 46-47 |
| - Nutzungskonzept [Volker Zahn] | Trave Woh 46 G |
| - Straßen, Leitvorstellungen zur Gestaltung [Volker Zahn] | Trave Woh 48 |

Rekonstruktion von Bauten

1. Johannes Cramer, Architekturhistoriker in Berlin, wird im Spiegel zitiert: Die Rekonstruktion von nicht mehr Vorhandenem sei „immer eine Interpretation“. Die Barockfassaden könnten nur mit Hilfe alter Fotos realisiert werden. Es werde jedoch etwas „als ganze Wahrheit verkauft, was nicht einmal die hal-

be ist“. Man könne „auch mit der modernen Technologie nicht wirklich exakt vom Zweidimensionalen auf das Dreidimensionale schließen.“

So ähnlich warnt auch *Peter Zlonicky*, der in der Schloss-Jury sitzt: Er halte „einen größeren architektonischen Spielraum als bisher beabsichtigt für angemessen“ schließlich sei „ein originalgetreuer Nachbau ohnehin nicht möglich“. Es sei „ärgerlich, wenn jemand den Eindruck erwecken“ wolle, man könne einfach so „an etwas anknüpfen, das vor fast 60 Jahren zerstört wurde, und eine Identität herstellen, die es heute nicht mehr gibt“.

SPIEGEL 48/2008 (24.11.2000), S. 178, 179

im Zusammenhang mit der geplanten Rekonstruktion des Berliner Schlosses zitiert.

2. Vorwärts in die Vergangenheit

... *Denn nun wird die historische Mitte der Stadt mit einer bloßen Attrappe aufgefüllt...*

... Wie soll sie aussehen, diese Prachtarchitektur, wenn wir sie schon: bauen? Welches Selbstverständnis verraten wir dadurch, als Gesellschaft, als Staat? Welche Botschaft senden wir aus im Hinblick auf unseren Umgang mit Traditionen unseren Mut zur Innovation, unsere Glauben daran, aus dem Alten auch Neues schaffen zu können? ...

... rückwärtsgewandte Kulissenspielereien...

Spiegel 49/2008 (1.12.2008), S. 178, 181. im

Zusammenhang mit der geplanten Rekonstruktion des Berliner Schlosses zitiert.

3. Es fehlt der Sauerteig

Der Architekturhistoriker Wolfgang Pehnt über Geschichtsmanipulation beim Wiederaufbau des Stadtschlosses (in Berlin)

...

SPIEGEL: Was bedeutet ein rekonstruiertes Stadtschloss für die Republik?

Pehnt: Eines vorweg: Ohne die Rekonstruktion zerstörter Bauten hätte es nach dem Zweiten Weltkrieg kein Charlottenburger Schloss gegeben, kein Buddenbrookhaus in Lübeck und keine Kölner Stiftskirchen. Die Städte wären trostlos verarmt. Aber was jetzt in Berlin geschieht, ist etwas anderes. Da werden nach über einem halben Jahrhundert der Nichtexistenz Fassaden wieder neu hingestellt für Inhalte, für die diese Fassaden nicht gedacht waren. Fassaden haben in der Baugeschichte immer eine Aussage darüber gemacht, welchen Inhalt sie repräsentieren. Hier ist es umgekehrt. Erst die Fassade, dann der Inhalt.

SPIEGEL: Ist das verzeihlich?

Pehnt: Nein. Dieses Replikenwesen macht die Tür auf zu einer Fiktionalisierung. Wir halten uns nicht mehr an den überlieferten Bestand der Baudenkmäler, sondern erfinden uns eine neue Geschichte. Wir schreiben historische Fiktion.

SPIEGEL: Was meinen Sie damit?

Pehnt: Wir entscheiden heute beim Berliner Schloss, was von der Vergangenheit! transportiert werden soll und was nicht: die Barockfassaden ja, auch der Schlüterhof. Aber die viel aufschlussreicheren Partien aus Mittelalter und Renaissance auf der Ostseite, die werden nicht rekonstruiert. Noch einmal: Ich sehe uns hier als die großen Geschichtsmanipulateure.

SPIEGEL: Ein Tabubruch?

Pehnt: Zumindest ein Schritt über das bisher Übliche hinaus. Wenn man rekonstruieren will, dann müssen für mich fünf Kriterien erfüllt sein.

Erstens müssen zuverlässige Baupläne vorliegen.

Zweitens muss der Bau am selben Standort errichtet werden wie der Vorgängerbau.

Drittens dürfte die Geschichte nicht über diesen Bauplatz hinweggegangen sein, er muss also unbebaut geblieben sein.

Viertens muss noch genug historische Bausubstanz vorhanden sein, die das künftige Gebäude sozusagen beglaubigt, es durchdringt wie der Sauerteig das Brot.

Fünftens müsste die neue Nutzung verträglich sein mit dem Charakter des zu rekonstruierenden Gebäudes.

SPIEGEL: Das heißt für Berlin?

Pehnt: Nur die ersten beiden Punkte sind weitgehend erfüllt. Das ist mir zu wenig. Es hat der Palast der Republik dort gestanden, es ist kaum oberirdische Substanz mehr da, und die geplante Nutzung unter anderem als Museum für die außereuropäischen Sammlungen führt zu Konflikten mit der ursprünglichen Schlossarchitektur. Wir greifen in Berlin willkürlich auf einen früheren Zustand zurück nur weil wir es uns wieder schön machen wollen in den Städten.

SPIEGEL: Was ist daran verwerflich?

Pehnt: Wenn wir so wie beim Schloss – und nicht nur bei ihm – rekonstruieren, geht die Glaubwürdigkeit für alle alten Gebäude verloren.

SPIEGEL: Welche Glaubwürdigkeit?

Pehnt: Es ist dann keinem Bau, der alt aussieht, zu trauen. Man weiß nicht, was real überliefert ist und was Neuerfindung. Mit der Verlässlichkeit der Zeugenschaft geht auch ein metaphysischer Trost verloren, das Gefühl, dass es etwas gibt, das es etwas gibt, das älter ist als wir und das uns überdauert.

Spiegel 49/2008 (1.12.2008), S. 180

4. **Das Unbehagen am Wiederaufbau**

...Die Architekten wollen das Schloss zunächst als „fertigen Rohbau“ aus sichtbarem Ziegelstein bauen. Die Barockfassaden wollen sie erst nach und nach wiederherstellen. Dahinter könnte die nicht ganz unberechtigte Hoffnung stehen, dass sich das Thema Rekonstruktion bis dahin sowie erledigt hat.

Hanno Kabel, LN 7.12.2008